

# Jeunes mais conquérantes, les nouvelles Fintechs et Assurtechs structurent (déjà) leur internationalisation

*L'international est traditionnellement un sujet réservé aux scaleups matures. Mais les levées de fonds de plus en plus précoces et les ambitions démesurées des startups dès l'amorçage poussent les entreprises à accélérer leur expansion à l'étranger.*

Temps de lecture : minute

---

12 mai 2022

Longtemps, les multinationales ont été synonymes de grands groupes : des entreprises centenaires, tentaculaires, qui essaimaient dans des dizaines de pays grâce à des moyens financiers tout aussi spectaculaires. Ce temps est révolu. Désormais, même de (très) jeunes entreprises peuvent être des multinationales. Et les startups l'ont bien compris. 42% des Fintechs et Assurtechs du panorama déclarent envisager un développement international dans les six prochains mois. " *La plupart des très jeunes pousses se concentrent sur le marché français : elles doivent faire la preuve dans leur village. Mais pratiquement toutes ont une vision pan-européenne et internationale* ", confirme Alain Clot, président de France Fintech.

Et pour cause : " *l'internationalisation est plus facile dans la Fintech que dans d'autres secteurs* ", poursuit-il. " *Les services financiers se banalisent : les moins de 35 ans estiment que consommer des services financiers n'est pas différent de l'usage de transports ou de la consommation de biens culturels.* " Habitués à réserver un VTC en trois

clics, à choisir un film ou une série dans des catalogues qui en comptent des milliers et à commander des plats même au milieu de la nuit, les nouveaux consommateurs exigent des services financiers rapides, faciles à utiliser et disponibles n'importe quand, n'importe où.

Les consommateurs ne sont pas les seuls à pousser les Fintechs à se projeter au-delà des barrières nationales. Pour les Fintechs et Assurtechs B2B, c'est pratiquement un pré-requis. " *Leurs clients sont déjà présents à l'international ; cela les emmène mécaniquement dans d'autres pays* ", souligne Alain Clot. C'est le cas de Qantev, par exemple, qui a développé un logiciel à destination des assureurs privés de santé. " *Nous sommes installés à Paris mais tous nos clients sont à l'étranger. Dès le premier projet, nous avons travaillé dans la région du Golfe* ", se rappelle Tarik Dadi, CEO de la startup.

*" Le numérique rend les modèles et usages génériques. La fongibilité devient plus forte. "*

*Alain Clot, président de France Fintech*

Reste qu'un développement à l'international présente plusieurs défis pour des entreprises aussi jeunes. Notamment en matière de conformité à la réglementation et des agréments à obtenir pour pouvoir en attester. " *La France a choisi la régulation dite du level playing field, qui impose la même réglementation quelque soit l'acteur qui opère le service financier* ", précise Alain Clot. Un cadre " *exigeant, qui requiert beaucoup d'efforts et beaucoup d'argent* " afin d'obtenir les labels et de se conformer régulièrement aux audits de contrôle. D'autant que " *le régulateur français est l'un des plus exigeants d'Europe* ", glisse le président de France Fintech. Mais ce qui peut être perçu comme pénible pour des entreprises qui se lancent devient un atout une fois le développement

international entamé : " *c'est un gage de professionnalisme et de sérieux* ".

## Europe et Amérique du Nord : toujours des valeurs sûres

Le premier marché que visent les startups est naturellement l'Union européenne, privilégiant les pays proches de l'Hexagone - 97% des startups en amorçage qui envisagent un développement international misent sur l'UE. " *Grâce au passeport réglementaire, l'agrément européen donne accès aux autres pays de l'Union, qui est le premier marché financier du monde avec 450 millions de consommateurs à haut pouvoir d'achat* ", détaille Alain Clot pour expliquer l'engouement des entrepreneurs.

Mais la nouvelle génération de Fintechs et d'Assurtechs ne cantonne pas ses ambitions à nos voisins européens. 22% envisagent un développement en Amérique du Nord, le rêve américain étant devenu celui des entreprises tricolores. Encore faut-il avoir les moyens de ses ambitions, comme le souligne Tarik Dadi. " *Le marché américain est très important, il faut avoir de la bande passante pour pouvoir répondre à la demande et s'y développer très vite.* " Ce n'est pas donné à toutes les jeunes entreprises mais de plus en plus de startups se structurent dans cette optique, comme le souligne l'entrepreneur : " *dès le départ, nous avons conçu notre produit dans l'optique de pouvoir répondre aux demandes de clients internationaux* ".

## Afrique et Asie : des opportunités à saisir

La même proportion de startups planifie également d'attaquer le marché africain. " *La France et l'Afrique partagent une communauté linguistique et culturelle mais aussi de formation des entrepreneurs*, note Alain Clot.

*Le taux d'équipement en comptes bancaires est très faible sur le continent africain, tandis que le taux d'équipement en smartphones y est très élevé. Cela explique que l'innovation y soit pointue en matière de paiement et d'applications Fintechs et Assurtechs. "*

Et si peu de jeunes startups se tournent aujourd'hui vers l'Asie (6% seulement), les Fintechs et Assurtechs pourraient bien ouvrir la voie à d'autres secteurs de la French Tech. Qantev s'apprête ainsi à y ouvrir un bureau cette année. Et se réjouit que des pionniers du secteur aient déjà défriché le marché. " *Nous suivons l'exemple de Shift Technology, qui vend également un logiciel aux assureurs, assume Tarik Dadi. L'Asie a été l'un de leurs premiers marchés. Et c'est aujourd'hui l'un de ceux qui ont la plus forte croissance au monde pour les produits d'assurance. "*

[Consultez le livre blanc 2022](#)

---

Article écrit par MAddyness, avec la Banque Postale